

MARCOS Y LA 'REVOLUCIÓN DEL SIGNO'

Por:

Jorge Bonilla V.

Marzo de 2002

¿Por qué Marulanda no es Marcos ni las FARC son EZLN?, es la pregunta que periodistas, columnistas y analistas colombianos vienen formulándose durante las últimas semanas para comparar las diferencias entre las marchas campesinas y los 'paros armados' que decretan los insurgentes «criollos» que tenemos en este país con fenómenos de convocatoria masiva como el 'zapatour' que convocó y llevó hace pocos días a cientos de manifestantes pertenecientes tanto a los pueblos indios mexicanos como a diversas 'redes' de solidaridad local y global con la 'causa' zapatista, hacia el centro mismo de Ciudad de México.

¿Por qué un movimiento insurgente como el zapatista despierta tanta admiración, respaldo y simpatía en, digamos, la opinión pública internacional y en la esfera pública mediática también internacional? ¿Y por qué *internet* e, incluso, las redes de información y entretenimiento comercial de alcance más global como la *CNN*, la *BBC* y la *TV Española internacional* se han convertido, no sólo en vehículos tecnológicos de apoyo solidario hacia Marcos y los zapatistas (en contravía, por ejemplo, a la política de cierre informativo de las cadenas locales y nacionales tipo TELEVISIA), sino también en un interesante ejercicio democrático de descentralización mediática de la esfera pública, tan necesario

hoy para hacer visibles las demandas, aspiraciones y luchas de sujetos «otros», distantes en el tiempo y el espacio de nuestro contexto más inmediato? ¿Por qué el 'sup' es tan mediático y tan poético-cotidiano en su lucha?

Aunque nos pese, y parezca una herejía decirlo, algo que va de Marcos a Madonna y Maradona. Todos son bastante mediáticos; los tres son habitantes de un tiempo, el que vivimos, caracterizado por lo que el filósofo francés, Jean Baudrillard, ha denominado la 'revolución del signo'. Sus luchas no están solas. Como las de los 'nuevos' movimientos sociales (feministas, pro-derechos humanos, indigenistas, pacifistas, ambientalistas) sus demandas, aspiraciones y proyectos son tanto más que por la redistribución económica del capital como por la inclusión digna, el reconocimiento simbólico y la apertura legal y política en el sistema hegemónico mundial —global, capitalista, posindustrial, del 'saber experto', como quiera llamársele— de los estilos de vivir y sentir periféricos, de los modos de vida marginales, ancestrales y milenarios, de las culturas de vida excluidas, perseguidas y prohibidas por el código dominante, sea el masculino, el de la razón instrumental o el de los señores del dinero y el poder. Esa es su lucha. La misma que se ubica en algo así como en lo que el propio Baudrillard llama la 'política de los márgenes', o en lo que desde otra perspectiva conceptual Michel de Certeau denomina las «tácticas» del débil, para referirse a aquellas prácticas simbólicas, astutas e inteligentes y creativas que logran eludir y resignificar desde «abajo» las estrategias de control, orden y disciplinamiento de los poderosos.

Eso es también, y porque no, lo que les ha permitido, a ellos y a tantos 'nuevos' movimientos sociales, no sólo sobrevivir sino ganar adhesiones, simpatías, solidaridades. ¿O acaso Maradona, con el perdón de los puristas, no ha despertado eso mismo con su rebeldía contra los amos de la FIFA y, como no, frente a los códigos morales de unas sociedades, cuyas autoridades han sabido usar estratégicamente el problema de las drogas para favorecerse con los múltiples beneficios de su persecución? ¿Acaso su bocota, que escupe 'verdades' y malestares, no encarna también un desafío para los 'amos' del fútbol —Blatter y compañía Ltda— quienes no sólo tratan a los deportistas de hoy como mercancías sino que buscan impedirles a toda costa el uso de la palabra pública, la creatividad del gesto, del engaño del gol con la mano, pues para eso están ellos y, desde luego, el 'Rey Pele', tan educado (¿domesticado?) y tan bien hablado desde siempre?

Esa, digo, parece ser la sensibilidad de los nuevos tiempos. No la de contraponer las luchas, nuestras luchas, al sistema de producción dominante (bueno, el zapatismo, si lo hace) y a la explotación económica del proletariado, sino al código que se levanta como el único dominante: el masculino, el racional-ilustrado, el religioso, el de los poderosos que dominan y no dan explicaciones. Y esas parecen ser las demandas que nos interpelan y apasionan. Aquellas que, para decirlo también con el autor francés de marras, han llegado en un tiempo de vida de estas sociedades en que las revoluciones las hace el signo, es decir, el lenguaje, los códigos culturales y las autonomías individuales y colectivas, con sus gramáticas, narrativas, estéticas y estilos. De ahí que ser

revolucionario aquí y ahora implique, de alguna manera, aprender a ser un provocador, un escandalizador, cínico, irreverente e irónico no tanto con las condiciones materiales de existencia y las causas objetivas de la dominación y la desigualdad (como diría un marxista ortodoxo que, por cierto, no se permitiría ser cínico e irreverente), sino con los códigos y valores dominantes del sistema. Y sobre todo, significa también convertirse en alguien con capacidad de reinventar cada día la esfera pública y de atraer hacia sí mismo a los sistemas mediáticos de información y entretenimiento.

Esos son los revolucionarios de hoy. Por eso en estos tiempos, y aunque suene a blasfemia decirlo, también tienen un lugar en el 'altar' de la rebeldía, junto al 'sup', Madonna y Maradona. Qué le vamos a hacer, cuando nuestras luchas ingresan a la esfera pública mediática, y a partir de allí al inestable mundo de la espectacularización de la existencia y el consumo privatizado de los bienes culturales, y se ponen en escena asuntos, problemáticas, gestos, símbolos y formas culturales (discursos, entrevistas, declaraciones, campañas publicitarias, afiches, camisetas, compactos, *souvenirs*, etc.), se ingresa también al universo diversificado y yuxtapuesto de todos aquellos que comparten el «poder temático» por la vía de la *massmediatización* de sus acciones, sus errores, triunfos, heroísmos, sueños y fracasos. En eso Marcos tampoco está sólo.

Aunque, claro está, la lucha del 'sup', no es la irreverencia de Madonna frente a las representaciones tradicionales de las mujeres y la sexualidad en los códigos dominantes de la cultura estadounidense —blanca, masculina, anglosajona,

puritana—, como bien lo ha señalado Jonh Fiske, ni su rebeldía es la de Maradona ante la mercantilización del fútbol y la doble moral sobre las drogas, por ejemplo. Marcos no habla desde la ironía, ni el cinismo es su regla. Su lenguaje —y el de sus signos— sabe combinar el relato milenario de una cultura milenaria con la racionalidad moderna y tecnológica del computador y la cámara de t.v.; Es un lenguaje que sabe mezclar la narrativa y los códigos culturales de las culturas indígenas y populares desposeídas y humilladas, pero a la vez creativas y persistentes, con los 'saberes expertos' de alguien, que como él, es estudiado en la capacidad crítica y la disciplina intelectual de la academia occidental. Su lenguaje, el suyo, conoce las gramáticas mediáticas, con sus tiempos, agendas, valores e ideologías profesionales; Marcos sabe cuándo mirar a la cámara de t.v. y cuándo dirigirse a los suyos. Su modelo comunicativo no es sólo el del cara-a-cara, aquel que privilegia el espacio físico previamente delimitado de un salón, una plaza o una tribuna, o el que se levanta sobre la racionalidad del (mejor) argumento objetivo, inductivo y analítico, propio del discurso crítico-científico de la esfera pública ilustrada y de quienes hablan entre iguales para deliberar sobre exigencias de justicia, solidaridad y normas universales de ciudadanía.

Marcos es eso, pero es mucho más. En él también habita un modelo comunicativo, heredero de la «dramaturgia cultural» de las culturas populares y los sectores subalternos de la sociedad, de corte simbólico-dramático. Se trata de un modelo diverso y ambivalente que se afianza pero del mismo modo desborda la co-presencia del cara-a-cara y el discurso ilustrado racional, y que

busca comprender, usar y habilitar la existencia de espacios públicos tecnológicos y globales en apoyo y solidaridad con la causa indígena mexicana; de ahí las tecnologías-red que utiliza; de ahí su 'signo' último que incorpora a su rostro de ojos negros con pasamontañas, pipa y uniforme en mal estado (para el descrito de los guerreros y sus uniformes impecables) el radio-manos libres que ahora le acompaña; de ahí su capacidad de interpelación, no a través de discursos inductivos, objetivos, científicos del por qué de su lucha y la de muchos, sino por la vía del relato, la narración y la ficción, de eso que le viene tan bien a las lógicas informativas y de entretenimiento mediáticas —locales y globales— a los periodistas y, por supuesto, a nosotros mismos, «ciudadanos del mundo», cansados y desencantados de que el 'saber experto' le haya quitado la magia a las palabras y a su poder poético, convocador, creativo de la vida humana. Él encarna una 'revolución' en torno a una causa que como la de las culturas indígenas milenarias hunde sus raíces en las propias condiciones materiales de existencia y de exclusión económica, política y social, en una lucha tramitada también por otras vías: las de la 'revolución del signo'.

Eso es, por ejemplo, lo que Marulanda, las FARC y compañía no han entendido (pregunto: ¿lo tienen que hacer?). De ahí su torpeza mediática, su seriedad y arrogancia comunicativa y su revolución a bala, sus discursos gastados, su incapacidad para leer, como diría Marshall Berman, «los signos de la calle», su falta de tacto, sus relaciones tormentosas con los periodistas y los medios de comunicación hegemónicos, lo que por cierto desvirtúa las periódicas afirmaciones de ciertas autoridades del poder político y militar que en este

país denuncian la simbiosis periodistas-guerrilleros como una alianza estratégica entre ambos. Todo lo contrario, son relaciones bien hostiles. Se podría decir que a excepción del M-19, los demás grupos y movimientos insurgentes, incluyendo allí a las FARC, han tenido un desprecio frente a la comunicación de masas y los sistemas comerciales de información y entretenimiento. Sus claves de lectura frente a todo lo que suene a información periodística, cultura mediática y opinión pública es hija de la ortodoxia revolucionaria, y su legado de la sospecha, que ve en los medios de comunicación a simples aparatos ideológicos al servicio del Estado e instrumentos reproductores del *statu quo*, que en manos de los poderosos únicamente saben perpetuar las relaciones sociales de dominación.

En eso las FARC son coherentes con sus principios políticos e ideológicos. Desde su perspectiva, los bienes culturales que se producen y circulan en la esfera pública, incluyendo allí a la información y la entretención, son una extensión del orden social existente y de las condiciones de producción económica previamente programadas. Dicho de otra forma, la estructura de propiedad determina el contenido cultural de los mensajes. Con todo y nuestras críticas a esa política comunicativa plana y sin matices de las FARC, ¿no hay aquí un planteamiento que merece ser discutido y analizado con mayor detenimiento y seriedad, sobre todo a la hora de pensar en procesos de democratización de la esfera pública? Por eso su clave de lectura privilegia siempre la economía política y la estructura de propiedad de los medios por encima de la economía del 'signo' de los bienes culturales. Eso, en parte, explica la sospecha

permanente y la desconfianza ancestral de Marulanda y compañía hacia los medios, sus propietarios y los periodistas en general. Digo en parte, porque aquí tampoco se puede desconocer que esa desconfianza está nutrida por experiencias y saberes ancestrales de campesinos-guerreros de existencias periférica, que la vida les ha enseñado a desconfiar de la palabra del poder. Para ellos, a diferencia del 'sup' y de los 'nuevos' movimientos sociales, el núcleo de su lucha consiste en transformar la estructura de propiedad de los sistemas de comunicación para que cambien, ahí sí, los signos, los códigos y los valores dominantes. Su revolución no es la del signo. Por eso también su desprecio por la 'política del signo' y por las luchas de carácter simbólico.

Guardando debidamente las proporciones, los insurgentes más cercanos en nuestro país a la 'revolución del signo', y a su modelo comunicativo, que hoy gestiona Marcos fueron precisamente Jaime Bateman y Carlos Pizarro, los hoy fallecidos líderes del M-19 en diferentes momentos de su historia. Por cierto, aquí sería muy útil revisar los planteamientos del marxismo británico y de la 'escuela de estudios culturales', de finales de los años sesenta y setenta, que rescataron también para el estudio de la cultura de masas y de la esfera pública el concepto de Antonio Gramsci sobre *hegemonía* para pensar algunas categorías fundacionales de los estudios de comunicación de masiva como el poder y la ideología. Digo esto porque el caso del M-19, y su ecléctismo político, ideológico y comunicativo para hacerse visible en la esfera pública nacional (en ese entonces solo nacional) y en los valores periodísticos de las empresas mediáticas del país es muy interesante para ser analizada desde esta

perspectiva, y no tanto desde la marxista clásica, de la cual son hijas, repito, las FARC.

A este respecto, el 'marxismo' del M-19 con respecto a los medios de comunicación de masas entendió que, incluso, en las entrañas mismas del sistema hegemónico del poder —el bloque dominante— hay rupturas que se pueden re-semantizar y dotar de un sentido alternativo, creativo y de transformación social, y que la hegemonía de los poderosos no es para siempre, sino que está en un continuo y conflictivo proceso de invención y reinención. De ahí que no haya sido gratuito que del proceso de paz con el gobierno de Virgilio Barco y de dejación de armas de este movimiento, a principios de 1990, hubiera emergido la negociación con respecto a una programadora de televisión (Globo t.v.), con su respectivo telenoticiero, el hoy desaparecido de la esfera televisiva AM.PM. He ahí parte de su victoria simbólica, pero también la de su fracaso.

Que el M-19 haya prestado tanta atención al uso de los medios de comunicación y a las *massmediatización* de sus acciones políticas y militares en fin, que haya sido una 'guerrilla comunicativa', como han afirmado algunos analistas del país, también tiene que ver con otra concepción de la revolución: ésta, como la política, es un acto y una práctica de comunicación, o si se prefiere una forma de comunicación para influir en la opinión pública. Y eso no sólo lo entendió el M-19, sino que también lo ha entendido Marcos, el EZLN, y mucho antes que ellos los guerreros y los políticos que comenzaron y

finalizaron las guerras mundiales, Vietnam, las Malvinas, el Golfo Pérsico, Sarajevo, Ruanda, Sierra Leona, Kosovo, por nombrar apenas los casos más conocidos en occidente. Eso también lo ha sabido, y de qué manera, la OTAN, la ONU, el Ejército Rojo, el Kremer Rojo, la CIA, el Pentágono, las oficinas de comunicación y de relaciones públicas de los ejércitos y tantos más, pues esta ha sido una de las constantes en la historia de las guerras y los conflictos armados modernos. Allí, valga decir, no sólo ha primado la capacidad simbólico-expresiva de los guerreros, sino también la gestión y el control político-militar de la información. ¿Cuál sería entonces la diferencia entre aquellos que hacen la 'revolución del signo', sin disparar una sola bala, y los otros que han hecho de la información y la comunicación un 'teatro de operaciones' paralelo al campo de batalla pero, sobre todo, que han legitimado un uso estratégico-instrumental de la información y un *managment* propagandístico de la guerra, que incluso se enseña en los manuales psicológicos para desacreditar al enemigo y producir bajas simbólicas en la información?

Por supuesto, en este caleidoscopio de acciones y usos, de estrategias y repertorios, de dramaturgias y puestas en escena, de discursos, narrativas y prácticas de comunicación no todos los actores de ayer, hoy y mañana son iguales ni reivindicarán las mismas metas, idénticos objetivos, las mismas 'armas' de lucha. Tampoco los conflictos, las identidades, las culturas políticas y los modos de solucionar las contradicciones y desigualdades presentes en las sociedades de ayer, hoy y mañana han sido, son y serán los mismos para todas

las latitudes. Claro está, hay opiniones más o menos compartidas. Por ejemplo, la criminalización y la bandolerización de las luchas revolucionarias producen en la actualidad más hastío, vergüenza, horror y desengaño que adhesiones o simpatías. La política comunicativa de los guerreros y su calculado *managment* de la desinformación-contrainformación-propaganda genera hoy más desconfianzas y sospechas que credibilidad y solidaridad en la opinión pública global que no está involucrada en los escenarios de la guerra (aunque esto habría que verlo con más detalle, *remember* el Golfo Pérsico y las últimas acciones de la OTAN). Por eso, quizás, fascina Marcos. Su política comunicativa pasa, digamos, más por lo simbólico-expresivo que por el cálculo racional de los costos y beneficios. No es un guerrero, cuyo cálculo obsesivo por la lucha y la batalla lo lleva a conjugar solo cifras allí donde antes hubo pueblos, mujeres, niños, hombres, culturas, sueños. En definitiva, no es un guerrero.. Es un rebelde sí, pero también un personaje mediático, tanto como Madonna y Maradona, aunque su lucha evidentemente es otra, lo sabemos. ¿Lo sabe, o más aún, le interesa eso a la industria cultural-mediática, y su colonización comercial de la esfera pública? ¿No hay aquí acaso un potencial emancipador —y no sólo inmovilizador— de la esfera pública, reinventada a partir de sus entrecruzamientos entre lo local, nacional y global?

Marulanda no es Marcos, y dudo mucho que quiera serlo. Las FARC no son el EZLN y también dudo que ese sea su propósito. Tampoco Chiapas es el Cagúan o el Sur de Bolívar, aunque las condiciones de pobreza sean similares. A mi modo de ver, el problema de tomarnos tan a pecho la 'revolución del signo'

puede llevar a convertirnos en militantes —ciegos— de la idea según la cual el lenguaje no tiene ya más referencia en lo real sino que lo constituye. Que, como diría F. Jameson al caracterizar uno de los rasgos de los tiempos que habitamos, acabemos alabando, de una vez y para siempre, la emancipación de los 'signos' sobre la realidad. En otras palabras, que terminemos admitiendo, parafraseando a Baudrillard, pero muy a diferencia de él, que las guerras que nos matan y sus secuelas de horror y destrucción humana no han tenido lugar: que todo ha sido invención del lenguaje y su 'política de los signos', de la puesta en escena, la simulación y el simulacro. Sobre ese consenso tan abrumador y tan mediáticamente solidario con los humillados y desheredados del mundo habría también la necesidad de pronunciarnos, y porque no, de cuestionarnos.